

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri di masa sekarang mengalami perubahan yang cukup drastis, terutama pada perkembangan industri otomotif. Hal ini dipicu oleh perkembangan zaman yang menuntut manusia untuk bergerak lebih cepat dalam aktivitas kesehariannya. Hal ini mempengaruhi permintaan sarana transportasi yang cepat, dan efisien untuk aktivitasnya.

Persaingan bisnis pada era globalisasi saat ini semakin kompleks, persaingan ini berakibat pada peluang dan tantangan. Tantangan yang dihadapi perusahaan yakni bersaing dalam merebut konsumen dan mempertahankan pangsa pasar. Perusahaan harus menerapkan strategi yang mampu bersaing dalam mempertahankan pangsa pasar dalam persaingan yang kompetitif sehingga produknya mampu bersaing dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kondisi saat ini transportasi publik kurang diminati oleh masyarakat Indonesia, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yakni, kurangnya keamanan dan kenyamanan yang memadai, transportasi yang tidak sesuai standar operasional prosedur (SOP), hal ini mendorong masyarakat untuk membeli dan menggunakan transportasi pribadi dibandingkan menggunakan transportasi umum.

Sepeda motor merupakan jenis transportasi yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat, dikarenakan harga sepeda motor cukup terjangkau serta praktis jika digunakan. Sepeda motor yang sering diminati oleh masyarakat yakni sepeda motor jenis *matic*, yang salah satunya yaitu jenis Scoopy. Scoopy pertama kali di luncurkan pada tahun 2010 oleh Astra Honda Motor, dengan tujuan untuk mengantisipasi popularitas jenis skuter di pasaran.

Honda Scoopy sudah mengalami perubahan desain sejak pertama kali diluncurkan. Honda Scoopy generasi pertama (2010-2013) dikenalkan pada 20 Mei 2010, mempunyai ciri khas lampu sein terpisah dari bodi, kemudian velg yang digunakan masih ukuran 14 inci. Honda Scoopy generasi kedua (2013-2015), ciri khas dari Honda Scoopy generasi kedua yakni mempunyai lampu sien yang sudah ada di bodi tetapi belum menyatu dengan lampu depan, namun terkait fitur sudah memakai lampu depan proyektor sehingga lebih baik dalam menerangi jalan dibanding generasi sebelumnya. Honda Scoopy generasi ketiga (2015-2017), dikenalkan sejak 2 November 2015, skutik ini dilengkapi dengan teknologi *enhanced smart power* (eSP) yang berfungsi memaksimalkan pembakaran dan meminimalisirkan gesekan agar energi tidak terbuang percuma. Scoopy generasi ketiga dibuat lebih irit dengan adanya *indling stop system* (ISS). Ada generasi keempat (2017-Sekarang) yang mempunyai perubahan sangat banyak. terdapat fitur tambahan *combi brake system* (CBS) yang mengintegrasikan rem depan dan rem belakang.

Produk dengan seri terbaru yang dilengkapi dengan fitur yang lebih canggih membuat Honda Scoopy banyak diminati oleh masyarakat. Adapun data penjualan sepeda motor Honda Scoopy pada tahun 2014-2018:

Tabel 1.1

Penjualan Sepeda Motor Honda Scoopy tahun 2014-2018

Tahun	Data Penjualan (Unit)
2014	285.830
2015	282.328
2016	528.622
2017	612.197
2018	720.000

Sumber: AISI 2019 diolah

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan Honda Scoopy pada tahun 2015 mengalami penurunan, hal ini diakibatkan melemahnya pasar sepeda motor nasional serta menurunnya daya beli masyarakat dan munculnya pesaing-pesaing baru. Meskipun penjualannya menurun, Honda Scoopy tetap mendominasi penjualan Honda pada kategori motor skutik.

Soloraya atau Karisidenan Surakarta merupakan kota yang terdiri dari kabupaten/Kota Surakarta, Klaten, Sukoharjo, Karanganyar, Sragen, Wonogiri yang memiliki PDRB yang tinggi berdasarkan data yang diinput oleh BPS Jawa Tengah. Berikut adalah data PDRB atas dasar harga konstan di wilayah Soloraya.

Tabel 1.2

PDRB Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2018

Kabupaten/Kota	2018
Surakarta	33.506.170,40
Klaten	26.381.363,13
Sukoharjo	25.570.865,09
Sragen	25.355.124,94
Karanganyar	25.150.277,73
Boyolali	21.407.484,05
Wonogiri	19.839.038,83

Sumber: <https://jateng.bps.go.id/>

Berdasarkan Tabel 1.2 Kabupaten/Kota di wilayah Soloraya memiliki PDRB tinggi secara berurutan yang dimulai dari Kota Surakarta, Klaten, Sukoharjo, Sragen, Karanganyar, Boyolali, Wonogiri.

Kesetiaan merek (*Brand loyalty*) di definisikan sejauh mana seseorang pelanggan meunjukkan sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tertentu, dan berniat untuk terus membelinya di masa depan. Loyalitas merek dapat dibentuk melalui kesadaran merek (*Brand awareness*) (Mowen & Minor, 2006).

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang (Kotler & Keller, 2012). Menurut Durianto dkk., (2001) dalam (Kusuma, 2014) Kepuasan adalah pengukuran secara langsung bagaimana pelanggan tetap loyal kepada suatu merek.

Kesadaran merek (*Brand Awareness*) yaitu kemampuan untuk mengidentifikasi (mengakui atau mengingat) merek dalam kategori, secara cukup rinci untuk melakukan pembelian (Kotler and Keller, 2007).

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) mengacu pada pertukaran komentar, pemikiran, atau ide-ide diantara dua konsumen atau lebih, yang tak satupun merupakan sumber pemasaran (Mowen & Minor, 2006).

Oleh karena itu penelitian ini lebih menekankan penganalisaannya untuk melihat **Pengaruh *Brand Satisfaction*, *Brand Awareness*, *Word of Mouth* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Sepeda Motor Honda Scoopy Di Soloraya.**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Brand Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada sepeda motor Honda Scoopy di Soloraya?
2. Apakah *Brand Awareness* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada sepeda motor Honda Scoopy di Soloraya?
3. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada sepeda motor Honda Scoopy di Soloraya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis dan membahas pengaruh *Brand Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* pada sepeda motor Honda Scoopy di Soloraya.

2. Menganalisis dan membahas pengaruh *Brand Awareness* terhadap *Brand Loyalty* pada sepeda motor Honda Scoopy di Soloraya.
3. Menganalisis dan membahas pengaruh *Word Of Mouth* terhadap *Brand Loyalty* pada sepeda motor Honda Scoopy di Soloraya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan untuk meningkatkan *Brand Loyalty* konsumen.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya, sehingga mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini bertujuan agar pembaca lebih mudah mengerti tentang alur pemikiran dalam skripsi ini agar lebih terarah, jelas dan logis. Selain itu penelitian ini dimaksudkan agar penulis lebih mudah mengartikan bab demi babnya sehingga menjadi satu kesatuan yang utuh. Secara garis besar sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menjelaskan tentang uraian mengenai tinjauan teori yang melandasi pemikiran, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan mengenai jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan mengenai karakteristik responden, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab V menjelaskan mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.